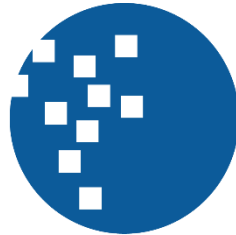


**IMPLEMENTASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN  
*BRAND COLORBOX***



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MAGANG**

**JENNIFER**

**00000062967**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

**IMPLEMENTASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN  
BRAND COLORBOX**



**LAPORAN MAGANG**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**JENNIFER**

**0000062967**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

**“IMPLEMENTASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *BRAND COLORBOX*”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan magang ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
4. Ibu Nicky Stephani S.Sos., M.Si. sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesaikannya laporan magang ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material, moral dan doa sehingga saya dapat menyelesaikan laporan ini.
7. Fitra dan Irene, teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan emotional dalam menyelesaikan laporan ini.
8. Teman-teman BEM, teman-teman SMA dan anggota XOXO yang memberikan semangat selama proses mengerjakan laporan magang

Semoga laporan magang ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 13 Juni 2024



Jennifer



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# IMPLEMENTASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *BRAND COLORBOX*

Jennifer

## ABSTRAK

Meningkatnya persaingan di industri pakaian Indonesia mengharuskan perusahaan untuk mengikuti perkembangan zaman agar tidak tertinggal dan tetap diminati konsumen. Tujuan kerja magang di Divisi *Marketing Communication* adalah mengaplikasikan pengetahuan teori dan praktik *Integrated Marketing Communication (IMC)* dengan efektif dalam mempromosikan pakaian menggunakan media promosi seperti *hanging banner*, OOH atau *LED store*, memasarkan baju melalui *marketing content* dan meningkatkan *brand awareness* melalui *event*. Perusahaan yang menjadi tempat kerja magang bergerak dalam industri retail pakaian, yaitu PT Delamibrands Kharisma Busana. Posisi yang dipilih dalam aktivitas magang adalah sebagai *marketing communication* untuk *brand Colorbox*. Tugas penulis adalah mempersiapkan konten untuk dipublikasi secara digital ataupun cetak, seperti *photoshoot* atau menghubungi *Key Opinion Leader (KOL)* dan pelaksanaan *event*. Konsep yang dipakai dalam penulisan laporan magang in adalah konsep *Integrated Marketing Communication, Marketing Content* dan *Event Management*. Kendala utama dalam proses kerja magang adalah beberapa materi promosi yang kurang menarik dan relevan dengan target audiens yang disasar. Dengan demikian, penulis menyimpulkan bahwa divisi *marketing communication* memiliki peran penting dalam mempromosikan tren pakaian terutama *statement* baju melalui konten yang dipasarkan

**Kata kunci:** *Integrated Marketing Communication, Content Marketing, Event Management, Fashion, Industri Retail*

U M M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

# IMPLEMENTING A MARKETING COMMUNICATION STRATEGY FOT THE COLORBOX BRAND

Jennifer

## **ABSTRACT**

*The Indonesian clothing industry faces intensifying competition, demanding companies to adapt to current trends and remain relevant to consumers. The purpose of my internship in the Marketing Communication division is to apply my theoretical and practical knowledge of Integrated Marketing Communication (IMC) effectively in promoting clothing using promotional media such as hanging banners, OOH or LED stores, marketing clothes through marketing content, and increasing brand awareness through events. The company where I worked is in the clothing retail industry, namely PT Delamibrands Kharisma Busana. The position chosen for the internship is marketing communication for the Colorbox brand. My responsibilities included content creation for digital and print publications, such as photoshoot coordination, contacting Key Opinion Leaders (KOLs) for collaborations, and participating in event management activities. The concepts used in this internship report are Integrated Marketing Communication, Marketing Content, and Event Management. The obstacle during my internship is that some of the promotional materials are less attractive and relevant to the target audience. In conclusion, the Marketing Communication division has an important role in promoting clothing trends, especially clothing statements through marketed content.*

**Keywords:** *Integrated Marketing Communication, Content Marketing, Event Management. Fashion, Industry Retail*

UMMN

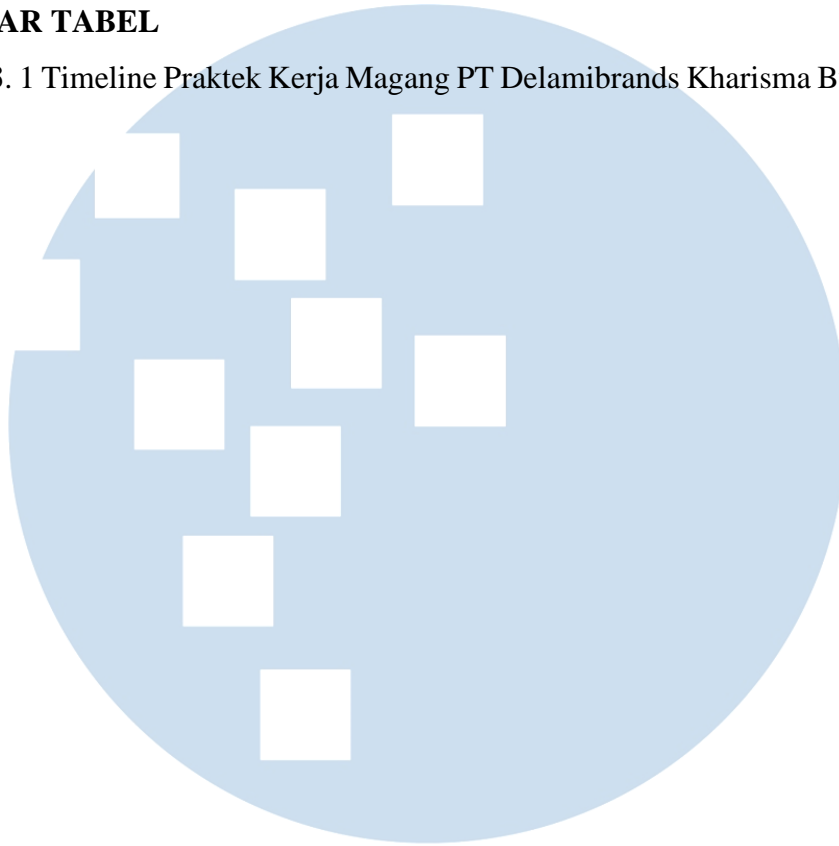
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	<b>8</b>
2.1 Tentang PT Delamibrands Kharisma Busana	8
2.2 Visi Misi PT Delamibrands Kharisma Busana	9
2.3 Struktur Organisasi PT Delamibrands Kharisma Busana	10
<b>BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG</b>	<b>12</b>
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	12
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	12
<b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>29</b>
4.1 Simpulan	29
4.2 Saran	29
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>31</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>32</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel 3. 1 Timeline Praktek Kerja Magang PT Delamibrands Kharisma Busana...14



**UMMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 PDB Industri Tekstil dan Pakaian Jadi.....	1
Gambar 1. 2 Produk dengan pembelian terbanyak periode semester I tahun 2022	2
Gambar 1. 3 Data Anime Terpopuler Tahun 2022 .....	3
Gambar 2. 1 Logo PT Delamibrands Kharisma Busana.....	8
Gambar 2. 2 Struktur Perusahaan PT Delamibrands Kharisma Busana .....	8
Gambar 2. 3 Struktur Divisi <i>Marketing Communication</i> .....	10
Gambar 3. 1 Piramida Influencer .....	16
Gambar 3. 2 Lanskap Influencer Media Sosial.....	17
Gambar 3. 3 Instagram Colorbox (@Colorbox) hasil photoshoot.....	20
Gambar 3. 4 Photoshoot & Videoshoot Reguler.....	21
Gambar 3. 5 Fitting model .....	22
Gambar 3. 6 Poster Event Valentines Day.....	25
Gambar 3. 7 Unggahan KOL di Instagram dan Media Promosi Digital .....	26

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Cover Letter Form (KM-01).....	32
Lampiran B Surat Pengantar Kerja Magang (KM-02).....	33
Lampiran C Surat Penerimaan Magang .....	34
Lampiran D Daily Task (KM-03) .....	35
Lampiran E Surat Pengantar Kerja Magang (KM-02).....	39
Lampiran F Hasil Uji Turnitin .....	40
Lampiran G Persiapan Photoshoot Reguler .....	42
Lampiran H Persiapan Campaign .....	43
Lampiran I Survey Lokasi.....	44

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA